KILLER DESIGNER

inspira Book!

Desain



Bisnis online sangat erat kaitannya dengan web atau situs untuk berjualan dan mempromosikan produknya. Berhubungan dengan web atau situs untuk bisnis online, biasanya juga akan berhubungan dengan desain dan copy (teks) untuk mempromosikan produk. Nah, desain dan copy (teks) ini sangat penting bagi suatu

web. Apalagi jika web atau situs tersebut digunakan untuk keperluan bisnis online.

Desain dan copy dalam sebuah web atau situs bisnis online akan berpengaruh pada penjualan produk yang ditawarkan nantinya. Mungkin beberapa dari kita masih menyangsikannya. Ah masa' desain dan copy bisa membuat penjualan produk kita menanjak? Bagi yang tak percaya boleh langsung memastikannya dengan membuka salah satu web atau situs penjualan dari produk handphone.

Pada situs Asus.com misalnya. Ketika kita memasuki halaman yang menjelaskan tentang produk handphone Asus Zenphone 2. Kita akan disuguhi desain dan copy yang

sangat menarik. Lantas, kita akan tertarik untuk memilikinya. Bahkan jika ada tombol pembelian tentu kita akan dengan senang hati untuk menekannya bukan? Nah, seperti itulah pentingnya desain dan copy (teks) bagi situs bisnis online. Akan tetapi memiliki desain dan copy (teks) pada web bisnis yang menarik bisa dibilang tidak mudah.

Attractive Design = More Visitors

Pada kasus desain misalnya. Ketika akan membuat web biasanya kita akan memesan pada developer. Nah, developer ini akan mendesainkan web untuk kita. Inilah yang kemudian sering menjadi

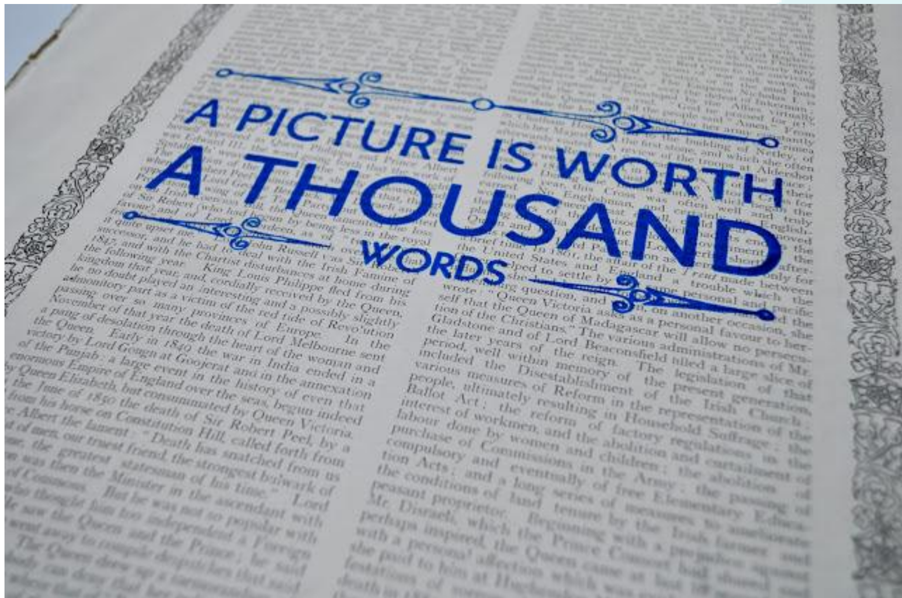
masalah. Ketika desainer web tersebut tidak memahami konsep pemasaran online.

Hal ini bukan berarti desain yang dibuat sang desainer jelek atau tidak bagus. Hanya saja karena developer adalah orang yang hanya memahami hal-hal tentang teknis mungkin saja kurang paham dengan permasalahan pemasaran. Perlu diingat, desain yang bagus saja tidak cukup untuk membuat pengunjung web tertarik untuk membeli produk.

Apalah artinya desain web yang bagus kalau desain tersebut justru membingungkan atau bahkan menyulitkan pengunjung untuk membeli produk yang ditawarkan. Bisa jadi pengunjung yang

tadinya tertarik dengan produk yang kita tawarkan tiba-tiba berubah pikiran karena desain yang rumit dan membingungkan. Untuk itu, desain web yang terstruktur lebih baik diterapkan pada web-web bisnis online.

Selain itu, persoalan desain web sering kali berurusan dengan visual mata manusia. Percaya atau tidak, ungkapan *pictures speak louder than words* itu benar adanya. Seperti yang dilansir dari laman roundpeg.biz, otak kita memproses gambar atau hal-hal yang berkaitan dengan visual 60.000 kali lebih cepat dibandingkan dengan kata-kata. Kaitannya dengan web tentu saja, visual kita akan tertuju pada desain web itu sendiri.



Ini membuktikan bahwa komunikasi visual jauh lebih ambuh dari kounikasi viral. Namun sayangnya, masih banyak perusahaan yang tidak sadar pentingnya desain dan komunikasi visual untuk bisnis mereka. Beberapa tahun terakhir, banyak orang yang berpikir bahwa biaya desain grafis atau redesign website adalah

pengeluaran yang besar. Padahal, bisa dibilang semua itu bukanlah pengeluaran, melainkan investasi yang dapat menghasilkan value lebih besar di masa depan.

Desain yang baik tidak akan menghasilkan uang dengan otomatis, karena tentu saja yang terpenting adalah model bisnis dan operasional dari perusahaan yang kita gunakan. Namun desain dan komunikasi visual yang tepat dapat memberikan nilai lebih untuk memenangkan pasar dan membangun branding yang lebih dipercaya.

Desain bukan hanya Hasil, Desain adalah Proses

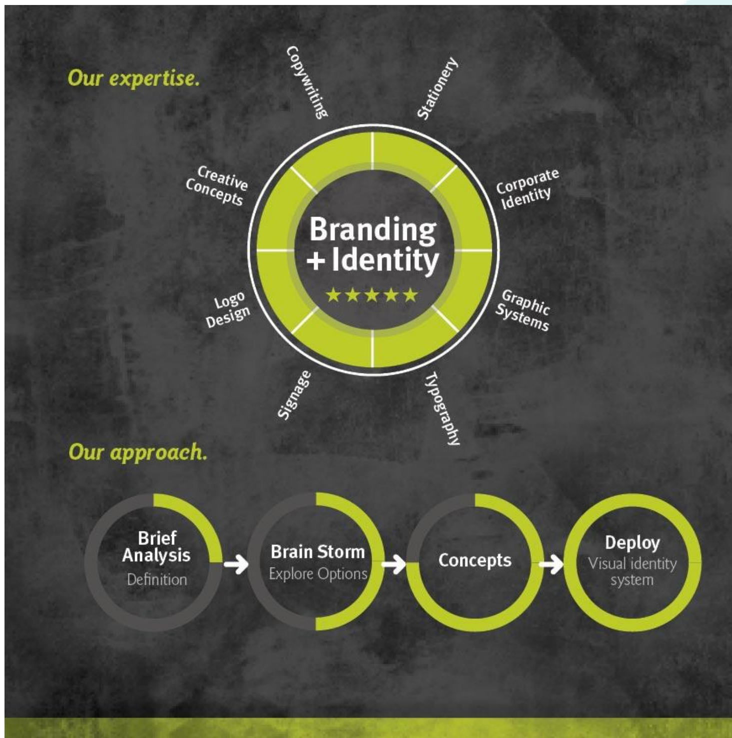
Banyak bisnis yang akhirnya mempercayakan desain logo ataupun corporate identity mereka kepada sanak saudara/teman dengan kemampuan desain yang *pas-pasan* atau menggunakan jasa desain grafis *crowdsourcing* dengan harga yang sangat murah. Apakah hal tersebut salah? Tidak salah, hanya saja tidak ideal.

Corporate identity bukan hanya sekedar bagus dilihat, tapi harus dibuat dengan analisa dan proses yang layak dalam memahami berbagai aspek dari perusahaan seperti value yang ingin disampaikan, image yang ingin dibangun, penyesuaian dengan target pasar / klien, perkembangan di masa depan, estetika, dan berbagai aspek lainnya.

Oleh karena itulah desain grafis dan komunikasi visual diajarkan sebagai disiplin ilmu yang independen.

Masih ragu dengan pentingnya desain dan komunikasi visual? Berikut ini adalah beberapa cara bagaimana desain dan komunikasi visual membantu bisnis anda.

1. Desain Brand



Tentunya kita ingin bisnis kita berkembang dan bertambah besar. Perencanaan branding yang tepat akan membantu hal tersebut. Desainer Brand dapat membantu perusahan untuk menciptakan

image yang konsisten dalam berbagai aspek dari bisnis anda yang memberikan pesan komunikatif atas perbedaan yang dimiliki oleh jasa / produk anda.

Kita ambil contoh Adidas dengan elemen grafis khasnya : 3 Stripes. Semua produk yang dirancangnya memiliki 3 garis (stripes). Hal ini menciptakan branding yang khas dan memberikan kesan yang mudah diingat oleh masyarakat. Contoh lainnya Apple dengan konsep "simplicity". Produk yang diproduksi selalu simple dan elegan

dengan warna netral perak (abu-abu), hitam dan putih. Desain ini tentunya disesuaikan dengan profil dan selera target pasar.

Bicara mengenai masalah pentingnya desain logo perusahaan memang tak ada habisnya, ibaratnya logo adalah pintu gerbang utama client melihat sebuah perusahaan atau produk. Design Logo membentuk image sebuah brand yang akan terus melekat pada brand tersebut. Seperti artikel sebelumnya mengapa logo desain itu penting dikarenakan desain logo yang unik,

menarik dan mudah diingat akan menguntungkan perusahaan atau produk yang dibawanya. Sangatlah penting untuk memilih desain logo yang sesuai dengan citra perusahaan yang ingin anda bentuk. Identitas sebuah perusahaan harus benar-benar dibentuk secara hati-hati terlebih lagi semua itu tertuang pada sebentuk logo. Design logo merupakan kesan pertama yang akan didapatkan customer mengenai perusahaan anda.

Walaupun anda memiliki ide cemerlang mengenai image perusahaan seperti apa yang ingin anda tampilkan namun tentunya anda amat membutuhkan para desainer grafis berkualitas dan memiliki kemampuan menyeluruh untuk menciptakan desain logo yang akan menjadi identitas perusahaan anda.

Namun tentunya amatlah dibutuhkan gambaran yang amat jelas mengenai perusahaan anda sehingga para desainer grafis yang anda tunjuk bisa mewujudkannya

menjadi desain logo yang sesuai. Potret yang clear mengenai perusahaan, produk atau services yang anda jual serta visi dari perusahaan anda tentunya akan membantu mereka untuk mengidentifikasi kekuatan perusahaan anda dibanding para kompetitor. Tak hanya itu dengan menemukan keunikan dari perusahaan anda maka akan mempermudah tugas para desainer grafis untuk menuangkan identitas perusahaan anda pada sebuah logo.

Tentunya selalu ada effort yang cukup kuat untuk membangun sebuah brand yang mudah diingat, serta menjanjikan produk dan layanan berkualitas bagus. Salah satu pembentukan brand pada sebuah perusahaan adalah dengan memiliki sebuah logo yang mencerminkan image serta visi dari perusahaan itu sendiri. Untuk mensukseskan proses dari brand awareness tersebut maka tentunya client dalam hal ini pemilik perusahaan harus mengkomunikasikannya kepada para desainer grafis yang akan

membuat desain logo sehingga mereka akan memiliki pemahaman yang menyeluruh mengenai citra yang ingin dibangun oleh pemilik perusahaan.

Sekali lagi sebuah logo adalah citra sebuah perusahaan sehingga anda tidak bisa tergesa-gesa memilih logo untuk mencitrakan perusahaan anda. Misalnya saja nih anda berdiri di jalan raya dan anda melihat poster seorang wanita cantik yang sedang menikmati es krim coklat dan dibagian kanan bawah terdapat nama

perusahaannya. Apa yang pertama kali terlihat oleh anda wanita tadi atau nama perusahaan tersebut? Tentunya wanita cantik dengan ice creamnya tersebut, bisa dipastikan anda tak membaca apa yang tertulis di bagian bawah poster tersebut.

2. Desain Produk dan Kemasan

   Kemasan ibarat baju bagi produk Anda. Ingat pepatah seperti ini, jangan mengukur baju orang lain dengan badan sendiri! Ini artinya ketika Anda akan membuatkan baju untuk produk anda pertama kali

yang anda lakukan adalah kenali karakter produk dan siapa konsumen sasarannya. Coba gali sedalam-dalamnya! Kemasan adalah produk desain. Di situ ada yang namanya elemen atau unsur-unsur desain, yakni bentuk/visual, warna, komposisi, typografi dan lain sebagainya. Keterlibatan Anda sebagai pemilik produk di sini dalam menentukan kemasan yang bagus harus dibatasi! Artinya, di sini peran Anda bukan sebagai pemilik produk bisa dengan semena-mena menentukan mana desain kemasan yang bagus dan

mana yang jelek. Serahkan semua itu pada ahlinya yang punya kompetensi untuk itu.

Carilah seorang desainer grafis di sekitar Anda. Atau cobalah browsing di internet, ribuan desainer siap memberikan yang terbaik untuk Anda. Penting diingat, kalau Anda punya saudara atau keponakan atawa kenalan yang punya jiwa seni atau bisa menggambar jangan coba-coba minta tolong dibuatkan desain kemasan. Kenapa begitu? Taruhannya mahal! Lebih baik Anda mengeluarkan uang lebih banyak

untuk seorang desainer kemasan daripada harus membuat desain yang tidak terukur impact-nya terhadap konsumen Anda. Gambar bagus dan indah bukanlah desain yang bagus! Tugas utama desainer kemasan adalah membuat konsumen jatuh cinta pada produk Anda melalui kemasan itu tadi. Bukan Anda sendiri yang jatuh cinta!.

Berikut ini adalah tips buat kalian untuk membuat desain yang bagus:

- Ciptakan kemasan produk yang unik dan menarik

Untuk menciptakan kemasan produk yang unik dan menarik, usahakan menciptakan kemasan yang belum dipakai orang lain, sehingga kesan produk yang kalian tawarkan mempunyai kesan ciri khas produk kalian.

- Sesuaikan desain kemasan dengan isi produk

Jika produk kalian tentang snack jagung usahakan desain kemasan ada gambar snack jagung, tapi desain snack jagungnya usahakan

semenarik mungkin, seperti mengeditnya menjadi gambar animasi, sehingga ketiga pembeli pertama kali melihat produk kita dia langsung tertarik sama produk kita.

- Ciptakan kemasan dalam berbagai ukuran

Untuk menjangkau semua pasar seperti kelas menengah, kelas atas, dan kelas bawah, sebisa mungkin membuat kemasan dalam berbagai ukuran, seperti contohnya produk snack yang kemasannya ada yang ukuran 20 gram, 50 gram 100 gram,

sampai 200 gram, sehimgga kita bisa memaksimalkan pasar dari produk yang kita jual.

- Beri kemasan dengan ikon produk kita

Untuk membuat suatu ciri khas dalam produk kita sebaiknya produk kita mempunyai ikon produk yang kita taru dalam kemasan..Kenapa harus memberi ikon pada kemasan? Alasannya memberi sebuah identitas pada produk kita, kalian pasti pernah melihat produk operator seluler yang mempunyai ikon produk ciri

khas berupa animasi kartun, sehingga ketika orang melihat ikon produk animasi itu, mereka akan langsung teringat dengan produk smart frend, itulah guna dari sebuah ikon produk dalam kemasan.

- Pilih kemasan yang dapat didaur ulang

Untuk bisa meminimalisir pemanasan global, sebaiknya memilih kemasan yang bisa didaur ulang, sehingga saat konsumen membeli produk kita, mereka tidak merasa berdosa karna sudah

merusak lingkungan, karna kemasan produk kita bisa didaur ulang, lagi pula ini adalah strategi marketing yang bagus, karna semua orang sudah mulai sadar untuk merawat lingkungan sekitar mereka.

- Sesuaikan kemasan dengan karakter konsumen

Bedakan kemasan dengan karakter konsumen, misalnya membuat desain produk sesuai target pasar, seperti contohnya produk snack makanan maka kita membuat kemasan selucu mungkin,

sehimgga anak-anak tertari membelinya.

Jika bisnis anda menjual produk, maka desain kemasan (packaging) adalah hal yang perlu anda perhatikan lebih jauh. Anda tidak memiliki sales yang dapat berbicara dengan semua calon pembeli. Ketika calon pembeli anda berbelanja dan membandingkan produk anda, saatnya kemasan anda yang berbicara untuk meyakinkan mereka. Jika saya dihadapkan dengan 2 produk mie instan dengan harga yang tidak jauh berbeda, saya akan membeli

produk yang memiliki kemasan terlihat lebih enak dan menggiurkan.

Desain kemasan berguna untuk mempromosikan fitur produk dan manfaat. Proses desain yang bagus akan menarik minat konsumen. Kebanyakan paket desain berisi rincian pengawet, informasi kesehatan dan tingkat produk.



Desain yang menarik akan membuat orang penasaran hingga akhirnya membeli.

Tujuan dari kemasan perlindungan fisik, perlindungan Barrier, kendali atau aglomerasi, transmisi Informasi, Pemasaran dan Keamanan produk. Dalam dunia pasar modern dan kompetitif ritel saat ini, Anda hanya memiliki satu

kesempatan untuk membuat kesan pertama, karena ini adalah brand yang sangat penting, seperti pada iklan televisi kesan pertama begitu menggoda. Sebagus apapun kualitas suatu produk tapi tidak di imbangi dengan desain kemasan yang bagus maka akan tersaingi oleh yang lain atau kalah di pasaran. Desain kemasan harus kesan pertama yang kreatif dan mengesankan, dengan desain khusus yang akan menangkap perhatian orang awam.

3. Komunikasi Visual

Pemasaran adalah kegiatan rutin dari sebuah bisnis. Desain grafis yang efektif akan meningkatkan ketertarikan untuk membaca konten pesan anda. Orang-orang sering memberikan image dan kesan pertama atas perusahaan anda melalui media komunikasi anda seperti brosur, flier, website atau kartu nama. Kualitas dari desain grafis akan mempengaruhi reaksi dari calon pembeli.

Idealnya desainer grafis harus menciptakan pedoman grafis atas segala elemen promosi dan produk dari perusahaan. Dokumen

pedoman tersebut biasanya disebut sebagai Graphic Standard Manual (GSM) atau Corporate Identity Standard (CIS). Biasanya GSM / CIS menjelaskan pemakaian grafis pada logo, kemasan produk, website, poster, dokumen resmi, souvenir (kaos, pencil, payung, jam, dll), dan lain sebagainya. Dengan adanya standard yang terencana dari awal, pengerjaan desain dalam keseharian operasional akan jauh lebih mudah dengan mengikuti standard yang telah ada.

Periklanan atau sering dikenal dengan dunia advertising juga

tidak lepas dari peranandesain komunikasi visual. Periklanan pada saat sekarang ini semakin canggih atau semakin maju dari pada sebelumnya. Diperiklanan juga membutuhkan tingkat kreatifitas atau pun seniagar dapat menarik minat masyarakat ataupun konsumen. Pada saat ini periklanan sudahd didukung dengan kecanggihan teknologi terutama di dalam percetakan. Di periklanan juga dibutuhkan suatu teknik di mana iklan tersebut akan mempunyai makna ataupun arti yangsecara luas dapat dimengerti

bagi masyarakat banyak. Disini lah peranan penting desainkomunikasi visual untuk mewujudkan semuanya.

Nah, apakah desain yang anda miliki saat ini sudah cukup untuk bisnis anda? Jika anda rasa tidak, sudah saatnya menginvestasikan sedikit waktu dan uang anda untuk perancangan yang lebih baik.

Dalam hal ini pemilihan warna dan penempatan gambar pada web akan sangat berpengaruh. Menggunakan warna yang eyecatching akan membuat pengunjung betah berlama-lama melihat-lihat web bisnis kita. Dengan begitu bisa saja pengunjung yang tadinya hanya tertarik membeli salah

satu jenis barang juga akan tertarik dan bahkan membeli produk kita yang lain.

Penempatan gambar pun tidak kalah pentingnya. Seperti yang sudah disinggung di atas, gambar mampu mengungkapkan lebih banyak daripada kata-kata. Karenanya, menempatkan posisi gambar dengan baik juga wajib kita lakukan.

Nah, itulah pentingnya desain dalam web atau situs online kita. Selain itu kita juga perlu tahu apa saja pentingnya desain website responsive untuk bisnis online. Memang saat ini bisnis online tengah marak di tengah tengah masyarakat luas. Hampir semua hal sekarang ada di dunia maya. Dari barang barang yang memang wajar jika

dijual dengan cara online seperti pakaian, gadget, dan sebagainya, hingga barang barang yang kesannya tidak wajar jika dijual di dunia maya seperti sayuran, daging, dan sebagainya.

Namun, sekarang semua hal yang bisa dijual di dunia nyata memang sangat mungkin bisa *nangkring* di dalam situs website di dunia online. Tidak peduli apakah itu barang yang tahan lama atau bahkan barang barang yang sangat mudah basi. Semuanya sudah memiliki aturan masing masing bagaimana untuk menjual barang tersebut secara online.

Semua barang tersebut juga telah memiliki pelanggan masing masing.

Sehingga, bagi anda yang hingga saat ini yang belum juga turut berpartisipasi untuk menjual barang dagangan anda di dunia maya sepertinya anda harus segera memulai mencobanya, sebab jika tidak demikian anda tentu akan mengalami ketertinggalan dari para pedagang lainnya.

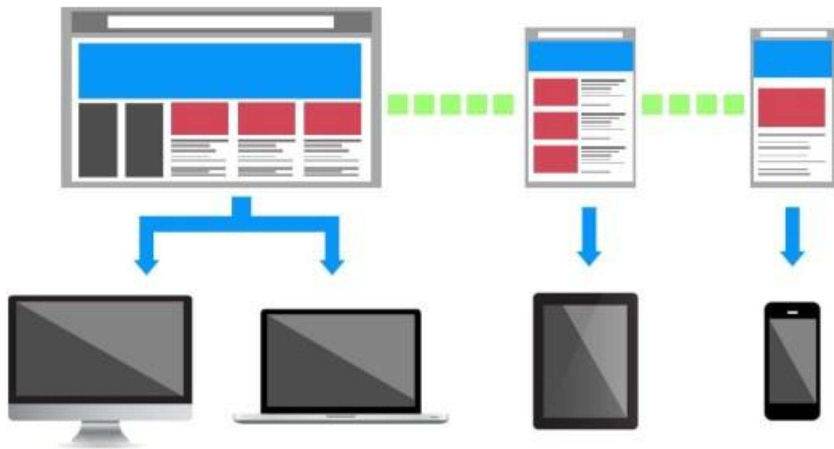
Untuk itu, jika anda hendak menggunakan website sebagai sarana penjualan barang dagangan anda secara online, maka anda harus membuat website dengan mempertimbangkan pentingnya desain website responsive untuk bisnis anda, sebab hal tersebut dapat membuat bisnis anda semakin berkembang.

Sebelumnya anda perlu tahu apa yang dimaksud dengan website yang responsive itu website yang seperti apa, sebab tidak semua orang paham dengan istilah "responsive" yang disebutkan di sini. Desain website yang responsive adalah salah satu jenis website yang sangat mendukung untuk melakukan kegiatan bisnis. Secara detail, desain website ini akan memudahkan pengunjung website untuk memilih barang barang apa saja yang akan dipilih untuk dibeli.

Sehingga pentingnya desain website responsive untuk bisnis anda memang sangat urgent. Dengan menggnakan desain yang responsive atau sangat konsumen

oriented maka konsumen akan mendapatkan banyak kemudahan dalam memilih apa saja yang anda jual pada website tersebut, dan anda pun akan mudah untuk mengorganisir barang barang apa saja yang hendak dibeli oleh pelanggan anda.

Desain website yang responsive bagi sebuah bisnis online memang sebuah keharusan yang harus dilakukan oleh pemilik website sekaligus pemilik bisnis online. Apalagi bagi mereka yang telah memiliki bisnis online yang sudah cukup berkembang menjadi sebuah bisnis yang besar.



Maka dari itu, sebaiknya anda yang hingga saat ini belum membuat template website untuk bisnis anda dengan desain yang responsive untuk pelanggan, sebaiknya anda segera mengubahnya. Ini akan mempengaruhi jumlah pembeli pada website anda, sebab pentingnya desain website responsive untuk bisnis anda salah satunya adalah meningkatkan jumlah

pembeli, dan itu adalah hal yang utama dalam sebuah bisnis.

Tapi keunggulan desain website responsive tidak hanya sampai di situ. Berikut ini alasan mengapa desain website responsive penting dalam bisnis internet.

1. Kemudahan akses

   Dalam desain website responsive ada yang namanya kemudahan akses. Semakin mudah diakses, maka semakin tinggi peluang bisnis tersebut meningkat. Apalagi di jaman sekarang ini orang jauh lebih menyukai mengakses website tidak lewat Pc ataupun laptop, tapi cenderung ke tablet atau

smartphone. Nah, ini alasan kenapa memiliki desain website responsive untuk bisnis anda begitu dianjurkan.

2. Google

   Google merekomendasikan desain website responsive karena ini lebih mudah dibandingkan harus menggunakan dua versi website. Desain ini memiliki satu HTML dan URL sehingga google akan lebih mudah dan cepat untuk mengindeks dan juga mengatur konten. Berlawanan dengan website yang memiliki versi mobile

terpisah yang memiliki URL dan HTML yang berbeda dari versi dekstopnya Sehingga Google harus menjelajah dan mengindeks beberapa versi yang berbeda dari situs yang sama.

3. Satu Website untuk Semua Perangkat

   Dengan menerapkan teknik Responsive Web Design pada website anda maka anda cukup memiliki satu tampilan web saja, dan Website anda akan tampil secara optimal pada berbagai

perangkat seperti PC, Laptop, Tablet Pc dan Smartphone.

4. Pengelolaan mudah

   Dengan hanya mengandalkan desain website responsive, berarti pemilik juga makin mudah untuk memantau keadaan websitenya. Dan jelas ini lebih mudah dari mengurusi dua website. Pemilik website hanya perlu mengelola satu situs saja, sehingga jauh lebih mudah dalam melakukan maintenance atau update pada isi website daripada harus mengelola

dua versi website dekstop dan mobile.

Selain untuk mempercantik tampilan toko online kita, desain juga kita perlukan untuk kemasan produk yang akan kita jual. Ini adalah salah satu jenis branding yang bisa kita lakukan. Branding adalah cara untuk mengenalkan kepada seseorang mengenai identitas terhadap sebuah objek tertentu. Jika saat ini kita berbicara tentang produk, maka branding adalah cara untuk mengenalkan produk kepada konsumen. Kemasan atau packaging sangatlah berkaitan erat dengan branding itu sendiri. Jika saat ini Anda telah memiliki produk namun belum memiliki desain untuk

kemasan produk Anda, sekarang saatnya mulai membuat desain kemasan untuk produk Anda.



Kemasan sebuah produk merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi banyaknya penjualan atau minatnya konsumen terhadap produk tersebut. Jika hal ini benar, sudahkah Anda sekarang

membuat kemasan untuk produk Anda? Bagi yang sudah, mungkin beberapa masih banyak yang belum yakin dan bertanya-tanya apakah desain kemasan produk mereka sudah menarik?

Kebanyakan beberapa pengusaha diluar sana berfikir bahwa kualitas sebuah produk dan cara pemasaran jauh lebih diutamakan untuk meningkatkan penjualan, dibandingkan fokus pada kemasan produk. Padahal beberapa unsur yang mempengaruhi penjualan produk seperti kualitas produk, pelayanan, pemasaran, dan kemasan juga saling mendukung satu sama lain. Jadi, belum tentu juga jika produk dengan kualitas yang bagus maka akan

banyak peminatnya, kecuali bila konsumen tersebut benar-benar membutuhkannya. Kemasan suatu produk inilah yang mungkin perlu Anda pikirkan sebagai bagian dari strategi pemasaran.

Dibawah ini ada beberapa hal yang berkaitan dengan sebuah kemasan produk, seperti fungsi, manfaat, serta strategi marketing.

1. Fungsi

   Tujuan atau fungsi utama dari adanya kemasan produk adalah, untuk melindungi produk dari goresan atau cacat produk yang membuat produk menjadi rusak. Selain itu juga kemasan produk

tidak hanya difungsikan pada saat proses pendistribusian barang dari pabrik ke beberapa distributor, tapi kemasan produk juga bisa melindungi produk ketika berada di toko-toko retail.

2. Daya Tarik

   Umumnya banyak perusahaan melakukan sebuah riset terlebih dahulu tentang skema warna, desain, maupun jenis pada sebuah kemasan produk yang akan dipasarkannya. Hal ini dilakukan agar tingkat pemasaran produknya jauh lebih luas lagi. Jika Anda ingin

produk yang Anda jual banyak peminatnya, maka Anda bisa menyiapkan desain packaging yang tepat untuk produk Anda. Karena seperti yang sudah disampaikan sebelumnya, salah satu yang membuat produk tersebut bisa laku adalah kemasan produk yang bisa menjadi daya tarik bagi pelanggan.

3. Promosi

   Sebuah kemasan produk juga berperan penting dalam memberikan informasi produk seperti, manfaat, kegunaan, tagline, maupun cara pembuatan.

Semuanya bisa dicantumkan pada desain kemasan agar konsumen tahu tentang manfaat dari produk tersebut, yang terpenting janganlah menyampaikan semuanya hingga desain menjadi penuh dan malah membuat konsumen menjadi jenuh melihanya.

4. Mendukung keputusan Berbelanja

   Anda sebagai pemilik produk bebas mencantumkan informasi apapun yang nantinya bisa mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan membeli produk Anda. Akan tetapi jangan terlalu

berlebihan dalam menyampaikan seluruh informasi yang Anda miliki.

5. Diferensiasi

   Kemasan juga bisa dijadikan sebagai identitas bagi sebuah produk, misalnya ada beberapa produk A dan B yang ditata rapi pada sebuah toko, produk tersebut secara fungsi sama, rasa bisa dikatakan hampir sama, namun karena kemasannya berbeda bisa jadi konsumen akan lebih cenderung memilih produk yang memiliki kemasan yang menarik menurutnya.

Good Copywriting = Good Marketing

Selain desain, hal yang menentukan penjualan pada web bisnis online adalah copy alias teks. Umumnya, teks yang ada dalam web bisnis adalah informasi produk. Tapi apakah hanya dengan informasi produk, pengunjung akan tertarik untuk membeli produk di web kita? Jawabnya adalah tidak.

Ya, sekedar informasi tentang produk saja tidak cukup untuk membuat pengunjung web tertarik dengan produk yang kita tawarkan. Apalagi jika bahasa yang kita gunakan sama sekali tidak menarik atau biasa saja. Tentu tidak akan yang mau membeli produk kita.

Karena itulah kita membutuhkan yang namanya copywriting. Mungkin masih ada yang bingung mengenai copywriting itu sendiri. Bahkan mungkin banyak yang kurang tahu perbedaan menulis teks biasa dengan copywrting.

Dikutip dari Wikipedia, copywriting adalah sebuah tindakan menulis copy atau teks dengan tujuan mengiklankan produk, bisnis, orang, atu bahkan ide. Tujuan dari teks ini adalah agar membuat pembaca atau pendengar untuk membeli produk yang diiklankan. Dengan kata lain, copywriting adalah sebuah tindakan untk menulis tulisan iklan.



Teknik copywriting yang kini juga telah memasuki dunia digital dan online seperti blog dan website merupakan sebuah hal yang wajar karena perkembangan internet dan teknologi yang semakin pesat. Maka karena pentingnya teknik menulis copywriting saat ini, para blogger harusnya mengerti akan hal ini untuk kemudian

mempelajarinya dan menerapkannya pada tulisannya.

Berikut beberapa tips penting dari teknik copywriting yang bisa Anda pelajari dan terapkan untuk kegiatan blogging sehari-sehari.

1. Perhatikan Kualitas Konten

   Tips pertama yang perlu diperhatikan dalam menulis copywriting adalah kualitas konten. Kualitas konten dalam tulisan iklan ini bisa berupa gaya bahasa penulisan, gambar pendukung, dan layout artikel. Dalam menulis teknik copywriting, Anda harus mampu menyesuaikan gaya bahasa Anda

dengan segmentasi atau target pembaca yang disasar.



Jangan sampai menggunakan kata-kata gaul untuk menulis produk atau jasa untuk orangtua atau sebaliknya menggunakan kata-kata terlalu baku untuk sebuah produk anak muda. Gambar atau video pendukung dalam penulisan

copywriting juga harus dibuat menarik agar pembaca tertarik dan tidak merasa bosan saat membaca. Sedangkan layout konten dalam teknik menulis copywriting ini meliputi pemilihan font, ukuran, spacing serta format tulisan tersebut.

2. Kuasai Materi Produk atau Jasa

   Materi merupakan hal utama yang bisa membuat teknik menulis copywriting Anda menjadi berkualitas. Maka dari itu sebelum Anda benar-benar menulis, maka terlebih dahulu Anda harus

menguasai materi produk atau jasa yang akan diiklankan tersebut. Mustahil seorang blogger dapat menulis teknik copywriting dengan baik tanpa menguasai materi.

Penguasaan materi ini seperti layaknya guru mempersiapkan mengajarnya atau seorang siswa belajar menghadapi ujiannya. Keduanya membutuhkan penguasaan materi yang baik guna mendapatkan hasil yang maksimal. Untuk para blogger, penguasaan materi akan lebih baik lagi jika mereka juga memperbanyak membaca referensi seperti buku,

majalah, jurnal ilmiah dan karya tulis lainnya.

3. Pelajari Psikologis Pembaca

   Kenapa menulis copywriting harus juga mempelajari psikologis pembaca? Karena dengan hal ini, Anda bisa dengan mudah untuk mendapatkan konversi atau peminat. Memang tidak mudah untuk membuat tulisan yang sesuai dengan psikologis pembaca, namun dengan latihan terus-menerus dan meninggalkan ego pribadi akan mengasah Anda untuk masuk dunia psikologi pembaca.



Tulisan yang melibatkan psikologi pembaca memang teknik yang sulit karena para blogger dituntut untuk membuat tulisan iklan namun tidak nampak seperti beriklan ketika dibaca visitor. Namun sekali lagi, dengan kesungguhan dan latihan yang kontinyu maka menulis dengan melibatkan psikologis

pembaca akan mampu kita lakukan dengan baik dan lancar.

4. Menulislah Dengan Jujur

   Tips terakhir dalam menulis copywriting yang tidak bisa dipandang sebelah mata adalah kejujuran dalam menuliskan deskripsi produk atau jasa. Ini adalah tantangan terbesar yang biasanya dihadapi para blogger yang menulis konten untuk iklan. Bagaimana tidak tuntutan untuk bisa mengasilkan konversi dari pihak advertiser mungkin akan membebani Anda untuk melebih-

lebihkan produk atau jasa yang Anda akan tulis.



Namun jangan khawatir, banyak jalan menuju Roma untuk mengatasi hal ini. Anda bisa melakukan pembicaran terlebih

dahulu tentang prinsip ini kepada pihak advertiser yang memang merupakan hak Anda.

Selain itu jalan lain juga bisa Anda tempuh dengan memainkan kata-kata persuasif (mengajak/mempengaruhi) yang hebat tanpa Anda harus berbohong. Ingat, kata-kata yang menghasilkan kalimat bisa kita olah dengan seksama dengan makna yang sama untuk meningkatkan kualitas tulisan. Inilah yang seringkali dilakukan oleh para copywriter di perusahaan-perusahaan besar.

Melewatkan copywriting dalam bisnis online sama saja membuang 80% biaya dan waktu.

Berbanding terbalik dengan itu, pengetahuan sebagian pengusaha bisnis online tentang pentingnya menggunakan teknik copywriting sangat minim. Sehingga banyak biaya dan waktu terbuang karena menerbitkan iklan atau kontent yang kurang atau bahkan sama sekali tidak menarik minat pembacanya.

Dalam bisnis online, utamanya yang kita jalankan sendiri, copywriting adalah kemampuan yang harus dikuasai. Namun jika kita merasa tidak mempunyai kemampuan ini, saat ini sudah banyak

copywriter yang bisa kita sewa atau pekerjakan. Meski mempekerjakan copywriter, ada baiknya kita juga mengetahui elemen paling penting dalam copywriting.

Pertama, tulisan harus mudah di-scan. Maksudnya, tulisan harus memberikan informasi yang cukup meski tidak dibaca seluruhnya atau ketika dibaca melompat-lompat. Telah dijelaskan di atas, kebanyakan orang akan lebih menikmati gambar dibandingkan tulisan. Untuk itu, kita perlu memberikan jenis tulisan yang ringan, menarik, padat, jelas, dan informatif.

Kedua, mengoptimalkan SEO. SEO atau search engine optimization adalah

suatu cara untuk meningkatkan pencarian web atau situs kita di google. Cara untuk mengoptimalkan SEO sendiri sangat banyak. Salah satunya adalah dengan menulis artikel.



Cara mengunakan SEO dalam artikel adalah dengan memprediksi kata kunci yang

akan kita gunakan. Selain itu, konten yang original juga akan membuat web kita masuk pada rangking pertama pencarian google. Beberapa orang juga berpendapat jumlah kata yang kita gunakan dalam artikel akan mempengaruhi rangking pencarian di google.

Ketiga, harus mudah dibagikan. Ketika menulis artikel iklan, tujuan kita adalah sebagi alat untuk menggaet pelanggan. Nah, untuk itu tulisan tersebut harus mudah dibagikan. Sehingga ketika kita mengoptimalkan promosi dengan social media, kita juga bisa membagikan artikel kita. Hal ini akan mengundang lebih banyak

orang untuk menengok web bisnis online kita.

Inti dari copywriting adalah menyampaikan apa yang Anda tawarkan dengan bahasa yang diinginkan konsumen Anda.

Untuk melakukannya, Anda tidak hanya harus mengenal produk tapi juga mengenal konsumen Anda. Hal ini TIDAK dilakukan dengan perkiraan, tetapi dengan menggunakan metode ilmiah dari data dan survei.

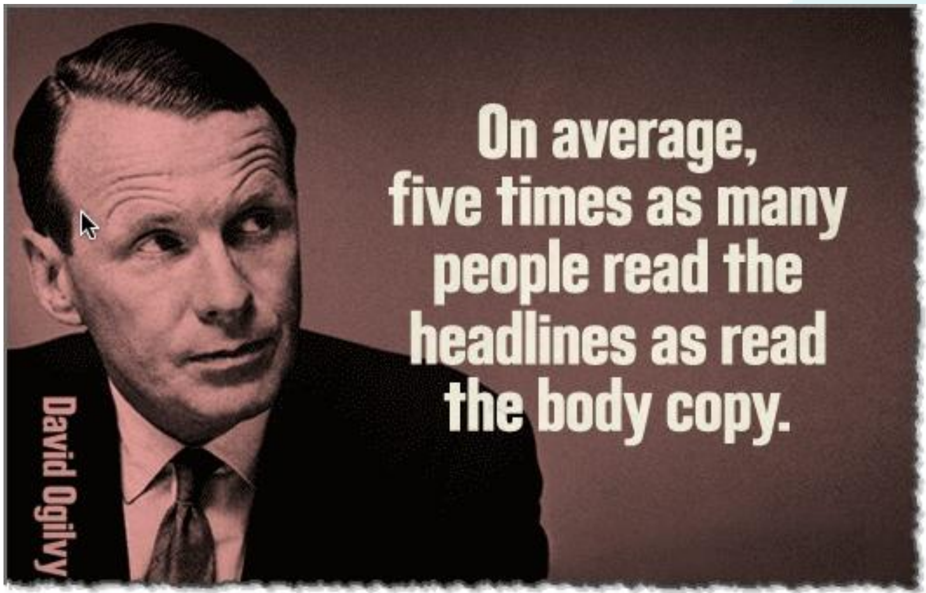
Ada dua cara yang bisa Anda lakukan untuk melakukan survey. Salah satu cara yang bisa digunakan ada disini atau Anda bisa melihat data dari google keywords

maupun melihat tren dari media sosial untuk tulisan Anda.

Bagian ini mungkin sedikit melelahkan, tapi dengan menggunakan metode ini, Anda bisa menaikkan kemungkinan peningkatan target penjualan melalui tulisan Anda.

Headline, 90% Nilai Konten Anda

Katakanlah Anda memiliki kontent yang sangat menarik dan bisa meyakinkan pembaca. Namun apa jadinya kalau kontent itu ternyata TIDAK mereka baca ?



Sebaik apapun kontent yang Anda buat, seandainya pembaca sudah tidak tertarik di pintu utama, yatu HEADLINE, mereka tidak akan meneruskan membaca kontent Anda. Tujuan dari copy adalah membuat seseorang terus membaca kalimat dibawahnya karena itula Headline sebagai pintu utama sangat penting.

Dalam iklan, Headline ini mungkin disebut Tagline, menurut saya selama Anda mencoba membuat sebuah kalimat untuk pintu masuk penawaran Anda, ini bisa dikatakan setipe dengan Headline.

Karena pentingnya headline dalam copywriting, ada baiknya kita membahas bagaimana membuat headline yang menarik. Berikut 5 tips membuat headline sekelas surat kabar nasional.

Headline yang paling berat bobotnya adalah Headline pada Majalah atau Surat Kabar. Anda bayangkan, penjualan jutaan eksemplar bergantung pada Headline yang tepat. Salah memilih Headline berarti

menurunkan omset dan membuang biaya cetak.

Semua penulis memiliki cara yang berbeda untuk menghasilkan headline yang menarik. Namun paling tidak ada 5 tips yang bisa dipakai untuk memudahkan Anda mendapatkan Headilne sekelas Surat Kabar Nasional.

1st Tips : **Unik**



Secara umum, hal yang mampu menarik perhatian dengan cepat adalah sesuatu yang berbeda. Anda tidak bisa mengharapkan hasil yang spektakuler dengan memberikan hal yang sama dengan semua kompetitor Anda. Seperti Anda tidak

bisa mengakui produk Anda yang terbaik begitu saja, karena semua produk selalu mengaku yang terbaik bukan ?

Contohnya penggunaan judul "Rahasia Dapur Dahlan". Judul Headline terebut menarik karena penulis tidak sekedar memberikan headline standard seperti mengungkap rahasia Dahlan. Namun juga membuatnya unik dengan memberi perumpamaan "Dapur

Kalau Anda adalah pemilik produk, dengan memberikan sesuatu yang berbeda, artinya Anda juga menawarkan hal yang TIDAK dimiliki kompetitor Anda.

Membuat tagline atau Headline seperti ini tentu beresiko. Ya, semua hal

yang out of the box memiliki resiko tinggi, yaitu ditolak atau sulit menembus pasar karena diangap “berbeda”.

Namun dengan keunikan seperti ini, menambah peluang mendekatkan produk secara emosional pada target pelanggan potensialnya. Kita bisa melihat jelas target me sedap cup adalah anak muda. Karena itu pemilhan cupdate yang mengacu pada kata update, cukup tepat.

Konsumen lebih suka membeli produk pada bisnis yang mereka sukai, itulah juga salah satu alasan penjualan Apple dengan harga selangit tetap tinggi. Apple jelas mengatakan mereka tidak membentuk konsumen, mereka membentuk fans base.



2nd Tips: **Sangat sangat sangat spesifik**

Headline yang Anda buat harus menyajikan informasi yang spesifik untuk memastikan apakah seseorang yang mulai membaca kontent Anda memang memilik ketertarikan pada apa yang Anda sajikan. Sekaligus memastikan konsumen potensial memang membutuhkan apa yang Anda tawarkan.

Contohnya, headline “Cara Membuat Website dengan Mudah”. Sebenarnya tidak ada yang salah dengan headline tersebut. Hanya saja kurang spesifik. Misalnya jenis web apa yang akan dibuat dan lain sebagainya.

Headline yang dibuat kurang spesifik dalam internet, membuat bounce rate cukup

tinggi (waktu untuk meninggalkan halaman tersebut). Dalam kasus seperti ini seharusnya headline bisa mencerminkan apa yang jelas-jelas ditawarkan dalam kontent tersebut. Biasanya headline yang spesifik menggunakan angka sebagai penegasan.

Salah satu cara membuat Headline yang spesifik adalah dengan menggunakan ukuran angka untuk penegasan. Ini memerikan gambaran jelas bagi calon pembacanya.

Misalnya saja tagline pada iklan produk kecantikan wanita: “Membuat kulit tampak putih bersih dalam 7 hari”. Tagline ini menawarkan manfaat yang diinginkan semua wanita yang memiliki noda di

wajahnya. Ponds menuliskan manfaat produknya ditambah dengan hitungan waktu, yaitu menghilangkan noda hitam dalam 7 hari, yang membuat apa yang ditawarkan sangat spesifik.

3rd Tips : **Buatlah seseorang harus membaca apa yang Anda tulis**

Mungkin teknik ini tidak bisa diterapkan ke semua konten. Tetapi kalau

memungkinkan, buatlah seseorang merasa harus segera mendapatkan produk Anda atau mulai membaca kontent Anda.

Contohnya headline: "Tips membeli Iphone 5 yang asli agar tidak tertipu". Bayangkan Anda akan membeli i phone 5 terbaru – Contoh headline tulisan di atas menimbulkan perasaan, Anda harus membacanya sebelum membeli i phone 5.

Bandingan dengan headline yang biasa saja, "Tips membeli i phone 5"

4th Tips : **Memberi Solusi atau Manfaat**

Ini mungkin aturan yang paling penting untuk Headline. Sebaik apapun

Headline Anda, kalau pembaca tidak merasa akan mendapat manfaat dari yang Anda tulis, kemungkinan mereka tidak akan tertarik pada produk Anda.

Contohnya headline "PC Aman Dalam 10 menit". Headline ini menggambarkan solusi untuk membuat komputer Anda aman ditambah dengan penegasan "10 menit". Ditambah dengan kalimat peringatan untuk membuat Anda merasa harus membaca yaitu "jatuh ke tangan Mafia Internet" Headline seperti ini jelas akan menarik pembaca potensialnya.

5th Tips **: Kontroversial**

Headline yang kontroversial selalu menarik minat pembaca. Namun tentu saja tidak semua tema bisa dijadikan kontroversi.

Contohnya headline: “Salesman: masihkah berguna?” Perhatikan pemilihan kata “Masihkah Berguna?” Tentu saja masih, penulis bukan tidak mengetahui hal ini, tetapi disinilah letak kontroversi yang akan timbul di benak pembacanya.

Ada banyak manfaat yang bisa diperoleh dari jasa copywriting. *Pertama*, copywriting akan membantu menaikkan image perusahaan di masyarakat. Seorang copywriter yang baik akan mampu menggambarkan nilai positif dari suatu brand atau produk. Sehingga produk

tersebut bisa menarik perhatian pembacanya.

Kedua, sebagai bagian dari pihak luar, seorang copywriter bisa memahami apa saja yang diharapkan konsumen dari produk atau jasa yang ditawarkan.

Ketiga, tulisan dari seorang copywriter akan membantu konsumen untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkannya, termasuk siapa yang harus dihubungi jika mereka membutuhkan info lebih lengkap tentang produk atau jasa yang ditawarkan.

Keempat, copywriter akan menuliskan nilai lebih dari produk atau jasa tersebut, sehingga akan mempermudah konsumen

jika ingin membandingkannya dengan yang lain. Terakhir, dengan keahliannya dalam menyusun kata, copywriter akan mampu menarik dan membujuk konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Terlepas dari itu semua, kita harus ingat dan tanamkan dalam pikiran bahwa tujuan utama dalam sebuah naskah, entah itu surat penjualan atau 10 kata dalam katalog pakaian atau deskripsi dalam situs real estate, adalah sama. Yaitu, Bagaimana caranya bisa menyajikan berbagai perumpamaan dan analogi yang cerdas dan segar tetapi mudah dipahami yang bisa

membuat pembaca tergerak untuk memutuskan **"Saya membutuhkan ini!"**?

Jangan lupa bahwa Anda bisa menggunakan "janji sekunder" untuk menarik mereka. Janji sekunder ini berupa janji tambahan yang Anda berikan sebagai pelengkap tetapi memiliki nilai tambah yang sama bagusnya bagi konsumen. Ini akan mengobati kekecewaan mereka jikalau mereka tidak puas dengan apa yang Anda tawarkan dalam janji utama/ primer.

Anda bisa selalu menggunakan kata "investasi" jika tidak melanggar hukum atau aturan apapun berdasarkan pada aturan setempat. Namun sebisa mungkin hindari kata "biaya" atau "bayar" dalam naskah,

karena itu membuat orang benci. Namun, berinvestasi demi kepentingan mereka dengan membeli barang/ jasa X, atau berinvestasi dalam upaya menurunkan berat badan dengan membeli sepeda akan terasa lebih dapat diterima.

Kemudian saat Anda memberikan apa yang dijanjikan dan menyuguhkan janji sekunder, mereka akan lebih puas jika Anda memberikan edukasi berupa pandangan serta pengetahuan yang belum mereka ketahui dan Anda mendorong mereka menjadi pelanggan yang setia dalam jangka panjang.

Marketing dan semua jenis bisnis sesugguhnya adalah permainan pikiran. Kita

tidak membutuhkan semua hal yang kita beli. Namun, toh kita membelinya karena berbagai alasan yang sebenarnya muncul karena pikiran kita sudah mengadopsi opini yang disampaikan copywriter dalam naskahnya. Itulah mengapa kita tiba-tiba berpikir, **"Saya tidak bisa hidup tanpa benda/ jasa X"**. Padahal pada dasarnya bisa.



Mengapa hal tersebut bisa terjadi? Karena marketing!

Bagaimana mereka melakukannya? Mereka (copywriter) mengambil tantangan manusia dan memperkenalkan solusi. Mereka mengubah cara kita hidup dengan membuat kita sedemikian rupa tidak bisa meninggalkan apa yang mereka tawarkan.

Namun, permainan pikiran inilah yang membentuk kehidupan kita, dan cara-cara kita berpikir.

Bahkan, pentingnya copywriting ini juga diamini oleh Dewa Eka Prayoga. Buktinya, ia sampai menulis sebuah buku yang berjudul *Easy Copywriting*. Dalam bukunya tersebut Dewa mengatakan bahwa

copywriting adalah “segala macam bentuk tulisan yang berfungsi untuk menjual produk kita”. Lebih jauh lagi, sebenarnya tidak hanya berlaku untuk produk saja. Simplenya, copywriting itu adalah tulisan yang dapat menyihir orang untuk melakukan sebuah action terhadap tulisan kita.

Dalam dunia bisnis baik offline maupun online peran copywriting sangat diperlukan. Di mana dalam membuat sebuah iklan kita harus memiliki copywriting yang bagus.

Tidak hanya untuk promosi copywriting bisa diterapkan dalam banyak hal,seperti :

- Membuat status di facebook
- Membuat Status di twitter
- Membuat judul artikel blog

Lalu apa saja manfaat yang bisa kita dapatkan kalau belajar copywriting? Tentu saja sangat banyak sekali. Utamanya, copywriting akan membantu kita meningkatkan omzet dari bisnis kita.

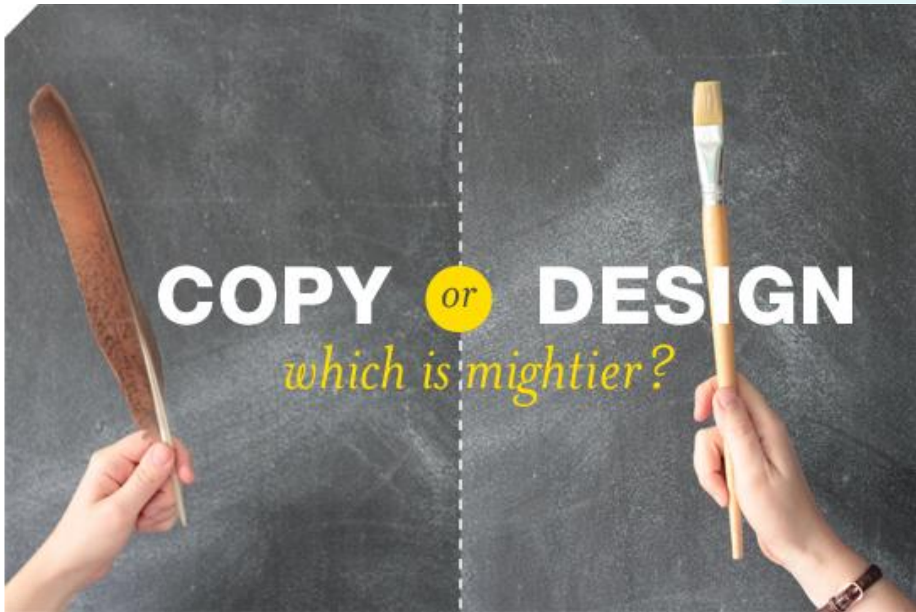
Mungkin kita pernah mengalami hal ini:

- Buat status facebook tidak ada yang like apalagi share status kita
- Buat status di twitter tidak ada yang retwet

- Membuat sebuah iklan baik offline maupun online tidak ada yang memperhatikan

Nah, masalah-masalah itu sering kali muncul karena kurang baiknya copywriting kita. Maka dari itu penting sekali untuk memahami ilmu copywriting.

Desain vs copywriting

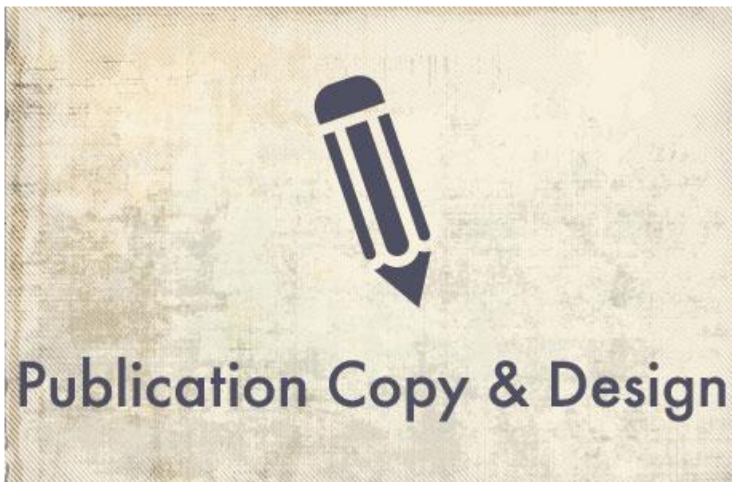


Lalu apa sih hubungan antara desain dan copywriting kaitannya dalam bisnis? Perlu kita ketahui, copywriting adalah seni penulisan pesan penjualan. Copywriting merupakan kewiraniagaan (salesmanship) melalui media cetak. Tapi copy iklan ini tidak bisa berdiri sendiri. Ia harus didukung oleh

bentuk kreativitas lain seperti gambar, tipografi, dan mungkin juga warna. Oleh karena itu, penulis iklan (copywriter) dalam menyusun pesan penjualan, harus berpikir secara visual dan mengarahkan bentuk-bentuk kreativitas tersebut guna meraih tujuannya.

Copywriter harus bekerja dengan erat bersama visualizer (juru gambar) dan typographer (ahli jenis huruf) guna menghasilkan interpretasi copy iklan yang artistik dan memenuhi kaidah tiporgrafis. Copywriter tidak akan berhasil dengan baik bila ia bekerja sendirian dan terisolir dari anggota tim kreatif yang lain. Ia tidak akan berhasil bila ia hanya sekedar menulis dan

menyusun kata-kata untuk copy iklan, sementara anggota tim kreatif yang lain juga bekerja dalam terisolir guna menciptakan penampilan fisik iklan.



Desain atau lay out iklan yang dirancang anggota tim kreatif harus memberikan dukungan yang efektif terhadap penampilan kata-kata, ilustrasi harus memberikan tekanan dan dukungan,

serta tipografi (pilihan jenis huruf, ukuran serta ketebalan huruf) harus menjadikan copy iklan terbaca dan memberi penekanan bilamana diperlukan. Copywriter harus selalu mencoba menyusun copy iklan dengan membayangkan penampakan iklan jadi dalam pikirannya.

Kita tahu bersama bahwa beberapa hal akan lebih baik jika berjalan bersama-sama. Tapi bagaimana dengan search engine optimization (SEO) dan desain website yang atraktif?

Secara umum, kita bisa membagi website menjadi dua grup. Website untuk menjual atau yang menghibur dunia

ataupun meng-share sesuatu yang menurut mereka penting atau menarik.Kedua jenis website diatas memerlukan SEO dan Desain yang baik, bukan hanya pada konten, tapi juga pada tampilan website secara keseluruhan

Pentingnya SEO

Mari kita lihat pada pola pandang pentingnya SEO. Ambilah contoh pada seseorang yang menulis tentang sesuatu yang menurut mereka menarik atau penting, sebaik atau semenarik apapun artikel yang mereka kerjakan. Jika tidak ada seorangpun yang tahu akan keberadaan website

tersebut sama saja NOL. Tidak lucu tentunya jika website yang kita miliki hanya diketahui oleh orang tua, teman, ataupun kolega anda sehingga merekalah yang menjadi "pengunjung setia" website Anda. Anda tidak mau hal seperti ini terjadi bukan? SEO membantu Anda untuk memperoleh audience yang lebih banyak, hal ini akan memberikan Anda lebih banyak kesempatan untuk memiliki pengunjung yang lebih banyak lebih dari sekedar pengunjung setia Anda yang tadi.

Pentingnya Desain

Andaikan sekarang anda adalah pemilik sebuah perusahaan dan menginginkan sebuah iklan komersial yang sukses di website tapi mungkin tidak memiliki satupun hal yang bisa membuat anda bangga, apa yang bisa kita jual? Satu jawaban, desain website. Membangun aura yang positif dari website anda membuat orang tertarik pada situs Anda. Kita juga ketahui bersama bahwa penguna internet semakin pintar untuk melihat segala kesempatan dan lewat internet mereka bisa mencari hal-hal yang mereka butuhkan. Pengunjung internet akan lebih tertarik dengan website yang membuat mereka tertarik dan memberikan pengalaman yang

lebih mendalam dibandingkan dengan website yang hanya berisi konten promosi sponsor, ataupun iklan.

Menyatukan Keduanya

Jika kita melihat secara keseluruhan, kedua elemen diatas adalah saling berhubungan, untuk me-marketing-kan konsep website kita. Fokuslah pada keduanya. Kampanye SEO yang efektif menghasilkan kunjungan yang lebih banyak pada website Anda, sebanding dengan website Anda yang lebih baik membuat pengunjung tetap "setia" dengan

keberadaan website Anda dalam daftar favorit mereka.

2.7. Cerita dari inspira

2.9 cerita dari coversuper.com

Coversuper.com adalah usaha jual selimut untuk kendaraan motor. Mungkin usaha ini dikarenakan hanya mobil-mobil saja yang memiliki cover sementar untuk motor tidak ada. Penjualan covers motor ini sudah menyebar ke 150 kota di seluruh indonesia. Usaha cover motor ini didirikan pada tahun 2012. Karena kualitas bahan cover yang bagus,

maka usaha ini mendapat kepercayaan di indonesia untuk mampu mendunia.

Dengan menonton interview di atas, anda bisa dengarkan bahwa pabrik kami menerapkan quality control dengan standar internasional. Miliki cover super dan rasakan pelindung kualitas dunia.

Yang menarik dari usaha cover motor ini adalah adanya pilihan warna yang bervariasi dan tersedia cove runtuk berbagai jenis motor. Sehingga bagi anda para pengendara motor anda tidak perlu takut motor dan akan kepanasan atau kehujanan karena kini sudah tersedia cover untuk motor.